Recital
Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara/MG.

# A FEIRA LIVRE DE JORDÂNIA-MG: AGRICULTORES, PRODUTOS E TRANSPORTE

*The trade fair in Jordânia-MG: farmers, products and transport*

**Eduardo Charles Barbosa AYRES**
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais - Campus Almenara
barbosa.ayres97@gmail.com

**Valquiria Vieira de OLIVEIRA**
valquiria.vieiradeoliveira.5@gmail.com

**Vanessa Fonseca AYRES**
vfayres@gmail.com

**DOI**: https://doi.org/10.46636/recital.v4i1.203

**Resumo**

As feiras livres fazem parte da cultura do Vale do Jequitinhonha e são responsáveis por abastecer grande parte da demanda de alimentos das cidades. Este artigo visa dimensionar e caracterizar a feira livre do município de Jordânia-MG, bem como analisar as condições de transporte e comercialização dos produtos pelo agricultor. Realizada entre os anos de 2016 a 2018, por meio de registro em planilha e questionário semiestruturado, a pesquisa revela que a feira é um importante canal de abastecimento urbano, favorece a ocupação e a geração de renda no meio rural. Conclui-se que a feira livre é um local de comercialização promissor para o desenvolvimento municipal, porém com necessidades de melhorias na organização do espaço de vendas, nas condições de transporte e exposição dos produtos.

**Palavras-chave:** Vale do Jequitinhonha. Agricultura Familiar. Comercialização.

**Abstract**

The farmer's markets are part of the culture of the Vale do Jequitinhonhaand are responsible for supplying a large part of the cities' demand for food. This article aims to measure and characterize the farmer's market in the city of Jordânia-MG, as well as to analyze the conditions of transport and commercialization of products by the farmers. The survey, which was carried out between 2016 to 2018, through a spreadsheet and a semi-structured questionnaire, reveals that the fair is an important urban supply channel, favoring occupation and income generation in rural areas. It is concluded that the farmer's market is a promising marketing place for municipal development, but with a need for improvements in the organization of the sales space, transport conditions and product display.

**Keywords:** Vale do Jequitinhonha. Family farming. Commercialization

# INTRODUÇÃO

As feiras livres fazem parte da cultura do Vale do Jequitinhonha, pois são responsáveis por abastecer grande parte da demanda de alimentos das cidades, e representam importante canal de comercialização dos produtos da agricultura familiar, dinamizando a economia e o desenvolvimento local (RIBEIRO *et al*., 2007a).

O município de Jordânia-MG possui um total de 603 estabelecimentos rurais, dos quais 73% pertencem a agricultura familiar que corresponde a 438 estabelecimentos, e os outros 27% pertencem a agricultura não familiar (patronal) que corresponde 165 estabelecimentos rurais (IBGE, 2016).

As feiras livres, normalmente realizadas aos sábados, dão os rumos para a programação semanal do agricultor na organização dos produtos para comercialização. Vários são os fatores que influenciam no seu planejamento como a disponibilidade de produtos, as condições climáticas, o estado de conservação das estradas, o transporte até a cidade e outros.

Segundo Ribeiro *et al.* (2005), a ação pública mais frequente em relação às feiras é o transporte, ocasionando menor custo da comercialização, favorecendo a oferta de produtos, contribuindo para o aumento da renda dos agricultores e agricultoras, garantindo o abastecimento urbano e melhoria nas vendas do comércio.

Pesquisas dessa natureza podem proporcionar uma visão mais ampla sobre os principais gargalos e possibilidades de melhorias para a segurança alimentar e fortalecimento da agricultura familiar.

Diante disso, o presente trabalho apresenta resultados oriundos de dois levantamentos realizados na feira livre do município de Jordânia/MG por estudantes e professores do IFNMG/*campus* Almenara-MG. O primeiro buscou dimensionar e caracterizar a feira livre avaliando a presença da agricultura familiar, bem como mapear ações de apoio ao agricultor feirante. E o segundo buscou identificar as situações que os produtores rurais do município de Jordânia/MGMG enfrentam para transportar e comercializar seus produtos na feira.

# 1 REFERENCIAL TEÓRICO

As feiras livres apresentam seu dinamismo próprio, além de ser um espaço em que os agricultores vêm expor e comercializar seus produtos, como ainda são lugares de encontro e expressão da cultura local, geram receitas que dinamizam o comércio urbano e contribuem para a soberania alimentar (RIBEIRO *et al*., 2007a).

Segundo Fonseca *et al.* (2013), a feira livre é um local de escoamento de produtos agrícolas, mas também é um espaço de estreitamento das relações sociais e fortalecimento da identidade cultural.

Considerada por Pierri e Valente (2015) como um circuito curto de produção e consumo, as feiras livres são importantes na geração de trabalho e renda no campo, estimula a economia local, além da oferta de alimentos saudáveis para as populações urbanas.

Ribeiro *et al.* (2003) revela que a feira livre é um canal de comercialização bem sucedido de abastecimento regular da cidade e perenização da renda no meio rural, podendo constituir um espaço fundamental para o desenvolvimento municipal.

Ayres *et al*. (2020), avaliando as dimensões das feiras livres em 16 municípios do Baixo Jequitinhonha, MG, revela que a participação do agricultor nesse canal de comercialização varia de 19% a 76%, conforme o município. Segundo Oliveira (2018), o feirante agricultor constrói diversas estratégias de venda para viabilizar o escoamento dos seus produtos na feira.

A agricultura familiar geralmente destinada os produtos da lavoura tanto para o consumo próprio, visando o suprimento alimentar da família, bem como para venda. Associado a essa característica, a propriedade familiar é marcada por uma agricultura de produção diversificada e consorciada, chamada de policultivo, na tentativa de ampliar a pauta alimentar da família e melhor aproveitamento do terreno (HEREDIA, 1979).

Segundo Silva (2013), a localização do mercado e a disponibilidade de transporte são alguns dos elementos decisivos na escolha das explorações agropecuárias que serão realizadas em cada região.

Para que os produtos sejam comercializados na feira livre, eles precisam ser transportados. Para Silva e Bazoli (2010), o transporte é considerado uma atividade primária, pois é considerada essencial para atingir os objetivos logísticos e dispõe da maior parte da divisão de seus custos.

De acordo com Machado e Nascimento Neto (2006), o modo como os produtos agrícolas são transportados nos veículos para a comercialização é muito importante, pois, se esses produtos não forem transportados adequadamente, poderá haver consequências como a perda de produtos e o comprometimento da qualidade, ocasionando redução de valor de mercado.

Para Pierri e Valente (2015), estudos de caso sobre feiras podem revelar informações despercebidas pelo senso comum, permitindo ajustes em políticas e programas públicos conforme a especificidade do público, adequadas à sua realidade e contexto local.

# 2 METODOLOGIA

Este artigo agrega informações de dois levantamentos, um realizado em julho de 2016 e outro em junho de 2018, na feira livre do município de Jordânia/MG, no Baixo Jequitinhonha-MG (Figura 1). Contou com uma equipe formada por professores e estudantes do IFNMG/*campus* Almenara, e profissionais da Cáritas Diocesana de Almenara.

Figura 1 - Mapa de Minas Gerais com destaque em vermelho para o município de Jordânia/MG.




Fonte: Os autores (2021)

O estudo de caso, segundo Yin (2015), é definido como um estudo empírico que investiga um fenômeno atual com profundidade dentro do seu contexto de mundo real, principalmente quando os limites entre esse fenômeno e o contexto podem não estar de forma evidente.

## 2.1 DIMENSIONAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DO AGRICULTOR FEIRANTE

O primeiro levantamento com foco no dimensionamento e caracterização do agricultor na feira livre do município de Jordânia/MG foi realizada no dia 16 de julho de 2016[1], com coleta de dados utilizando planilha para registro de número de pontos de venda, condições de exposição dos produtos (banca/barraca, chão e outros [2] ), descrição dos produtos comercializados, e origem do agricultor feirante.

[1] Nessa época, o mercado municipal estava em reforma e a feira livre concentrava-se principalmente, de forma improvisada, na Rua José Anjos Silva, ao lado do mercado, e com pontos de venda em seu entorno.

[2] Os produtos expostos em situações de improviso classificados nessa pesquisa como *outros*, compreendem os pontos de venda situados em carrinhos de mão (também chamado de "galinhota"),



RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v. 4, n. 1, jan/abr 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

As informações foram coletadas de 6 às 10h, sendo que, durante e ao final do levantamento, a equipe se encontrava para conferir e nivelar informações.

Os feirantes foram divididos em agricultor e não agricultor. Os produtos identificados nos pontos de venda do feirante agricultor, foco da pesquisa, foram classificados em sete categorias: Hortaliças, Indústria Doméstica Rural (IDR [3]), Frutas, Alimentos prontos [4], Produtos de origem animal (POA[5]), Temperos e Artesanato.

Foram identificadas iniciativas de apoio direcionadas ao feirante, por meio de conversa com os próprios agricultores feirantes durante o levantamento.

### 2.2 TRANSPORTE E COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS

O segundo levantamento foi realizado entre os dias 15 e 30 de junho de 2018, com intenção de identificar as situações que os produtores rurais do município de Jordânia/MG enfrentam para transportar e comercializar seus produtos na feira livre. Nessa ocasião, a feira já estava acontecendo nas instalações do próprio mercado municipal.

Foi realizada entrevista por meio de aplicação de questionário, com o objetivo de descrever as características dos agricultores e as situações que eles enfrentavam para transportar e comercializar seus produtos, envolvendo uma amostra de 24 agricultores feirantes, que corresponde a aproximadamente 53% dos agricultores que regularmente frequentavam a feira. Essa amostra foi construída levando-se em conta os seguintes critérios: maior ou menor volume de produtos comercializados na feira, sexo do feirante, categoria predominante de produtos ofertados e comunidade rural de origem.

Do total dos feirantes entrevistados, 16 são mulheres representando 66,67% da amostra e 8 são homens representando 33,33%. Com relação à idade da população pesquisada, observa-se que 4,17% têm até 30 anos (1), 29,16% têm de 31 a 40 anos (7), 29,16% têm de 41 a 50 anos (7), 25% têm entre 51 a 60 anos (6) e 12,5 % têmmais de 60 anos (3).

São oriundos de sete comunidades rurais, sendo que 45,83% são da comunidade denominada Jacarandá (11), 20,83% da comunidade Córrego do Estrela (5), 12,5% são das Traíras (3), 8,33% do Córrego do Lodo (2), 4,17% do Baixo Pedro Perdido (1), 4,17% do Salgadinho (1), 4,17% do Acampamento Vida Nova (1) que é um acampamento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

## 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 3.1 DIMENSIONAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DO FEIRANTE AGRICULTOR

caixotes, mesas, bancos, cadeiras, carroceria de veículo, bacias, entre outras, evitando que o produto toque diretamente no chão.

[3] Nessa categoria foram agrupados os produtos processados como geleias, queijo, requeijão, manteiga, rapadura, doces, farinha, e outros.

[4] Abrange produtos prontos disponíveis para o consumo imediato, naquele momento, como cafezinho, leite, bolo, biscoito e outros.

[5] Nessa categoria foram incluídos itens como animais vivos e produtos derivados como leite e ovos.

### 3.1.1 Expressão e perfil dos feirantes: agricultor e não agricultor

Foram contabilizados 74 pontos de venda na feira livre do município de Jordânia/MG, sendo 43% deles ocupados por feirante agricultor (32) e 57% ocupados por feirante não agricultor (42). Godoy (2005) define que o feirante agricultor é aquele que produz toda sua mercadoria ou parte dela, sendo uma produção predominantemente familiar e local. Já o feirante não produtor compra toda a sua mercadoria e revende na feira.

A pesquisa indica que há presença significativa de feirantes não agricultores (feirantes fixos[6] e mercadores[7]), revelando que o espaço da feira não se caracteriza como um local de predomínio do agricultor.

### 3.1.2 Exposição dos produtos pelo feirante agricultor

Com relação à exposição dos produtos pelo agricultor, foram identificadas três situações, sendo os produtos expostos em bancas/barracas, no chão, e em pontos improvisados, nessa pesquisa chamado de outros.

Dos 32 pontos de venda ocupados pelo agricultor, verificou-se que 14 pontos de venda estavam situados em bancas e barracas que corresponde a 44%, outros 9 pontos de venda estavam situados no chão (28%), e mais 9 pontos de venda situados em pontos improvisados (28%).

Nota-se, portanto, que menos da metade, apenas 44% dos agricultores expõem seus produtos em estruturas apropriadas, revelando que existe demanda por melhoria na infraestrutura das condições de venda, apontando necessidade de ampliar o acesso às bancas e barracas para a maioria (56%) dos feirantes agricultores.

### 3.1.3 Produtos ofertados pelo feirante agricultor

Com relação à diversidade dos produtos ofertados pelo feirante agricultor, foram identificados 44 itens para comercialização durante a feira, especificados abaixo em sete categorias.

1. **IDR (14):** biscoito de polvilho, biscoito de nata, bolo de mandioca, bolo de puba, biscoito chimango, biscoito de batata, bolo de cenoura, bolo de trigo, beijú, farinha de mandioca, goma fresca, polpa de cajá, mamão cortado e peixe salgado.

2. **Hortaliças (13):** abóbora comum, alface, beterraba, cebola, couve, coentro, cebolinha, jiló, quiabo, mandioca, mostarda, pimenta de cheiro e tomate comum.

[6] São feirantes não agricultores que comercializam seus produtos, em pontos fixos, quase ou todos os dias da semana, no espaço onde ocorre a feira, como lanchonetes e açougues (AYRES *et al.* 2020).
[7] São feirantes não agricultores, que atuam principalmente nos dias de feira, que geralmente compram produtos agrícolas e não agrícolas para revenderem (AYRES *et al.* 2020).



RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v. 4, n. 1, jan/abr 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

3. **Frutas (8):** banana china, banana da terra, banana prata, coco, jaca, limão, maracujá e mamão.

4. **Alimento pronto (4):** biscoito frito, geladinho, café, bebida e pastel frito.

5. **Produtos de origem animal – POA - (2):** galinha caipira viva e perú.

6. **Tempero (2):** tempero verde e tempero caseiro comum.

7. **Artesanato (1):** curral de madeira em miniatura.

Essa diversidade semanal dos produtos tem significado importante para o abastecimento e segurança alimentar do município, sendo fruto de um trabalho prestado pelo agricultor para o suprimento alimentar das cidades. Dessa forma, o investimento nas feiras livres representa uma forma de incentivo ao produtor rural proporcionando melhoria nas condições para comercialização, fortalecendo a economia e o abastecimento local.

Com relação à oferta, dimensionada em função da presença nos pontos de venda, as hortaliças constituem a categoria que mais se destaca, sendo encontradas em 59% dos pontos de venda (19), seguida das frutas que ocupam 38% dos pontos (12), e, em terceiro lugar, os produtos oriundos da indústria doméstica rural (IDR) presentes em 25% dos pontos de venda (8). Os produtos classificados como produtos de origem animal (17%), tempero (13%), alimento pronto (6%) e artesanato (3%), aparecem em menores proporções.

### 3.1.4 Origem do feirante agricultor e iniciativas de apoio

Foram encontrados feirantes agricultores de 24 origens ou localidades diferentes, entre comunidades rurais, sítios, moradores de fazendas e agricultor urbano[8] - bairros (Quadro 1).

[8] Sobre agricultura urbana, consultar Machado e Machado (2002).



RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v. 4, n. 1, jan/abr 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Quadro 1 - Origem e participação (nº de pontos de venda) do feirante agricultor na feira livre de Jordânia-MG.

| **Origem do feirante agricultor** | **Número de pontos de venda** | **Origem do feirante agricultor** | **Número de pontos de venda** |
|---|---|---|---|
| Com. Estrela | 3 | Com. Traíras | 1 |
| Com. Jacarandá | 3 | Com. Vitória | 1 |
| Com. Ribeira | 2 | Faz. Carobá | 1 |
| Com. Salgadinho | 2 | Faz. de D. Nora. | 1 |
| Bairro Novo Acordo | 2 | Faz. de Neli. | 1 |
| Bairro São Caetano | 2 | Faz. Finado Catulino | 1 |
| Bairro Guanabara | 1 | Faz. Lídio Figueiredo | 1 |
| Bairro Maracanã | 1 | Faz. Pampulha | 1 |
| Com. Córrego Estrela | 1 | Faz. Ribeirão | 1 |
| Com. Filipina | 1 | Roça | 1 |
| Com. Pedro Perdido | 1 | Sítio Duas Barras | 1 |
| Com. Pedro Perdido Baixo | 1 | Terra de Luizão | 1 |

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa. Jordânia, MG. Jul./2016.

O levantamento revelou que as comunidades Estrela e Jacarandá ocupam maior número de pontos de venda na feira, e que os feirantes, considerados agricultores urbanos, oriundos dos bairros Novo Acordo, São Caetano, Guanabara e Maracanã, somados, são responsáveis por 25% dos pontos de venda, destacando a importância dessa categoria para o mercado local.

Em Jordânia/MG, foram identificadas três iniciativas direcionadas para o feirante, sendo a aquisição de bancas e barracas, o transporte feirante, e a própria reforma do mercado municipal.

## 3.2 O TRANSPORTE E A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS PELO FEIRANTE AGRICULTOR



RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v. 4, n. 1, jan/abr 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Na sequência, o segundo levantamento, realizado em junho de 2018 aponta resultados mais específicos relativos ao transporte dos produtos da roça para a cidade, e a sua comercialização.

### 3.2.1 Deslocamento campo – cidade

Com relação ao transporte utilizado pelos agricultores para irem comercializar seus produtos na feira livre, a pesquisa revelou que 91,67% dos agricultores entrevistados utilizam o transporte público (22), cedido pela prefeitura[9], como caminhões, vans e ônibus. E desses agricultores que usam o transporte público, uma parte considerável (13)[10] que equivale a 59,09%, precisam intercalar, durante o trajeto, o uso de transporte público com o transporte privado ou com transporte particular (próprio) para chegar ao município. Apenas um feirante agricultor utiliza somente o transporte privado, e apenas um utiliza somente o transporte particular.

Dessa forma, nota-se que a feira livre e os agricultores têm uma dependência muito grande do transporte público, que, inclusive, é gratuito, e, segundo eles, quando esse transporte não vai buscá-los, na maioria das vezes, não conseguem ir comercializar seus produtos.

Ribeiro *et al.* (2009) recomendam o transporte feirante, onde ele não existe, como uma das cinco iniciativas necessárias de apoio às feiras livres e à agricultura familiar em programas municipais de desenvolvimento rural sustentável.

Presente na maioria dos municípios do Baixo Jequitinhonha, o transporte para o feirante agricultor é considerado um dos principais gargalos para a existência e a manutenção da feira livre. A oferta de transporte semanalmente para o feirante permite presença significativa do agricultor, em proporções superiores a 50% com relação ao feirante não agricultor (AYRES *et al.,* 2020).

Em relação às despesas com deslocamento, os 54,17% de agricultores feirantes (13)[11] que utilizam transporte privado, desembolsam por esse serviço valores que variam em torno de R$ 20,00 e R$ 40,00 (ida e volta), e, em alguns casos, o agricultor tem que pagar mais R$ 2,00 por volume transportado.

Parte dos agricultores pesquisados (16,66%) alegam que não têm acesso ao transporte todos os dias que acontecem a feira, pois parte deles só dispõem de transporte quinzenalmente e, em períodos de chuva, o transporte não consegue chegar em seus locais de origem.

Nem todos os agricultores acham o veículo adequado para transportar seus produtos, alegando perdas durante o transporte, a falta de cobertura expondo seus produtos ao sol, chuva e poeira. Aqueles feirantes que utilizam os caminhões, às vezes, se apoiam nos produtos por não terem

[9] Alguns desses agricultores que fazem uso do transporte cedido pela prefeitura disseram que vão nos caminhões até uma parte do trajeto e depois encaminhados para vans e ônibus.
[10] Um agricultor intercala o transporte público com o transporte particular, e 12 agricultores intercalam o transporte público com o transporte privado.
[11] Um agricultor utiliza somente o transporte privado para ir à feira livre, e 12 utilizam o transporte privado junto com o transporte público para esse deslocamento.



RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v. 4, n. 1, jan/abr 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

lugar adequado para sua acomodação. Os prejuízos por ocasião do transporte foram alegados por 20,83% dos feirantes, que apontam perdas entre 5% e 20% das suas mercadorias.

As más condições das estradas agravam ainda mais essa situação, sendo que, para a maioria dos agricultores (95,33%), as estradas esburacadas representam um risco que se acentua na época das chuvas, inviabilizando toda a logística e o planejamento da produção, ocasionando perdas.

Morar distante do ponto em que passa o transporte é outro desafio enfrentado por 50% dos feirantes entrevistados, já que alguns feirantes andam por quilômetros até chegar ao ponto de embarque, fator que pode limitar a quantidade e a diversidade de produtos para oferta na feira. Esse fator reflete bem o que Paura (2012) menciona que uma boa infraestrutura e um bom fluxo de transporte proporciona melhor qualidade de vida para uma determinada região, mas, para isso, é necessário que sejam feitas manutenções das vias públicas.

Na tentativa de amenizar os impactos durante o transporte, os agricultores embalam seus produtos com muito cuidado, utilizando caixotes de madeira, caixas de papelão, baldes, balaios, isopor para acondicionar produtos como doces, iogurtes, queijos. Usam saquinhos plásticos para proteger algumas verduras e hortaliças já cortadas, biscoitos, bolos, entre outros. Muito utilizados são sacos de linhagem e bolsas de couro, que, nesse caso, geralmente são utilizados para embalar os cachos de bananas que são colocados primeiramente envoltos em palhas do próprio produto e depois colocados em sacos de linhagem ou nessas bolsas para assim diminuir as perdas.

### 3.2.2 A venda dos produtos

Dos agricultores que vendem na feira de Jordânia/MG, 62,5% ocupam esse espaço a mais de 10 anos, com alguns chegando aos 40 anos de experiência nesse ramo. Outros 12,5% têm entre 6 e 10 anos de comercialização na feira, e 25% dos feirantes com até 5 anos de presença nesse canal de comercialização.

Em relação ao valor bruto aproximado que os feirantes agricultores conseguem arrecadar por feira, considerando os dois dias da semana de feira livre[12], verificou-se que 29,16% recebem entre R$ 40,00 e R$ 100,00, outros 50% arrecadam entre R$ 101,00 e R$ 200,00, em seguida 16,67% recebem entre R$ 201,00 a R$ 300,00 e somente 4,17% consegue arrecadar entre R$ 301,00 a R$ 400,00.

Pesquisa realizada por Ribeiro *et al.* (2007b) aponta para uma ativa relação de troca entre a cidade e o campo, em que os feirantes vendem seus produtos e depois adquirem produtos industrializados, revelando aumento de até 30% no faturamento de alguns comércios urbanos nos dias de feira. E reforça que o transporte feirante é triplamente importante, beneficiando consumidores, comerciantes e feirantes.

No mercado, os agricultores utilizam diversas estratégias para otimizar a comercialização dos seus produtos. Uma delas é estabelecer um preço competitivo, com valores similares aos dos seus concorrentes. Outra estratégia é a redução dos valores do produto quando estão próximos

[12] A feira livre no município de Jordânia acontece durante dois dias da semana, inicia-se na sexta-feira pela manhã e termina no sábado.

do horário de irem embora, pois preferem vender a um valor mais baixo para não voltarem com os produtos, inclusive, em função da perecibilidade, e os clientes, por sua vez, sabe disso, e muitos costumam ir aos sábados depois das 11 horas para usufruírem das promoções feitas pelos agricultores.

Os agricultores também adotam o exercício e a flexibilidade de negociação dos preços com o cliente como uma estratégia de venda para que o consumidor não saia sem comprar nenhum dos seus produtos, acordando um preço bom para os dois lados. A propaganda sobre a qualidade dos alimentos produzidos sem uso de agrotóxicos, sem conservantes, saudáveis e frescos também é uma estratégia para conquistar os clientes.

Outras estratégias para potencializar as vendas são chamar os clientes para oferecer-lhes os produtos, bom atendimento, a boa higiene do local, o beneficiamento de verduras e hortaliças já cortadas prontas para a salada ou cozimento, e o oferecimento de alguns produtos como uma espécie de brinde para fidelizá-los, como frutas, pacote de biscoitos, entre outros. Adotada pelos agricultores da feira livre de Jordânia/MG, de forma bastante corriqueira, é a degustação de frutas que ofecerem ao cliente quando ele chega para comprar e pergunta se o produto está bom, assim, o agricultor, oferece-o para que prove.

As estratégias adotadas pelos feirantes de Jordânia/MG estão em consonância com estudos realizados por Boechat e Santos (2016), que dentre as principais razões para o consumidor comprar produtos na feira estão a oferta de produtos frescos, os preços baixos e a qualidade dos produtos.

Ribeiro *et al.* (2007b) revelam que os consumidores costumam frequentar as feiras livres, pois valorizam o caráter local e cultural, como uma recusa à padronização dos hábitos de consumo, reafirmando uma busca alimentar fundamentalmente cultural.

Alguns aspectos são apontados pelo agricultor feirante como dificultadores para comercialização dos seus produtos, sendo eles a presença de atravessadores no espaço da feira, a exposição inadequada dos produtos, uma vez que vários agricultores expõem suas mercadorias diretamente no chão ou sobre lonas ou em pontos improvisados. Outros fatores são a falta de organização do espaço, deixando os agricultores apertados para expor seus produtos, e o barulho oriundo dos bares próximos aos pontos de venda, pois prejudica negociar com os clientes, que muitas vezes nem chegam próximo do local.

Um agricultor, que comercializa na feira há 20 anos, considera que, sobre os atravessadores de outras cidades, “o dinheiro que eles apanham (recebem) na cidade, eles levam para gastar na cidade deles, o dinheiro não gira na nossa cidade”.

A pesquisa revela que 1/3 dos agricultores feirantes participam de outros canais de comercialização com propósito de aperfeiçoar as vendas, como a entrega nas casas por encomenda, vendas na própria comunidade, entregam para o Programa de Aquisição de alimentos (PAA) e para o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), e vendem nas ruas de Jordânia/MG[13].

[13] Sobre mercados institucionais PAA e PNAE, consultar PAULA, KAMIMURA e SILVA (2014).



RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, v. 4, n. 1, jan/abr 2022.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Com exceção dos programas institucionais PAA e PNAE, os outros canais são considerados canais curtos de comercialização[14], que tendem a viabilizar o acesso aos produtos de base ecológica com preços mais justos para o consumidor, sem a presença de intermediários.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do dimensionamento, conclui-se que a presença do agricultor na feira livre de Jordânia/MG não é predominante, e a maioria dos pontos de venda estão situados no chão ou condições improvisadas. Dessa forma, é preciso criar e fortalecer ações que aumentem a participação do feirante agricultor, acompanhadas de melhorias na organização e infraestrutura, proporcionando confortáveis condições de venda e exposição adequada dos produtos.

As hortaliças representam um dos principais produtos comercializados na feira.

Dentre as ações de apoio à essa prática, nota-se que o transporte público gratuito é fundamental para a feira e os agricultores, porém existe a necessidade de melhoria das condições para o conforto do feirante e acomodação das mercadorias nos veículos, evitando exposição ao sol, chuva e poeira, bem como manutenção das estradas rurais que representam gargalos, inclusive interrupções, no escoamento da produção.

No mercado, os agricultores passam por desafios diversos para comercializarem seus produtos, até mesmo atravessadores, e desenvolvem planos e estratégias para lidar com as dificuldades de venda, construindo canais de comunicação com clientes e buscando qualificação das suas mercadorias.

A feira livre do município de Jordânia/MG é um importante canal de comercialização dos produtos da agricultura familiar, que, além de cumprir papel fundamental no abastecimento da população urbana, favorece a ocupação e geração de renda das famílias no meio rural, impulsionando assim o desenvolvimento local.

## REFERÊNCIAS

AYRES, E. C. B.; AYRES, V. F.; RIBEIRO, E. M. Dimensionamento e caracterização dos agricultores nas feiras livres dos municípios do Baixo Jequitinhonha. **RECITAL** - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara/MG, v. 2, n. 2, p. 67-81, mai./ago. 2020.

BOECHAT, P. T. V.; SANTOS, J. L. **Feira Livre**: Dinâmicas espaciais e relações identitárias. Universidade Estadual da Bahia, Campus V, 2009.

[14] Sobre estratégias e canais de comercialização de alimentos da agricultura familiar, consultar Ueno *et al* (2016).

FONSECA, A, I. A.; FERREIRA, D. A. O.; OLIVEIRA, R. S. R. Feira e mercado: espaço e relações sociais. In: FONSECA, Ana Ivânia Alves et al (Orgs.). **Estudos sobre agroecologia, agricultura familiar e as territorialidades no Norte de Minas Gerais**. Montes Claros: Unimontes, 2013. p. 282 a 309.

GODOY, W. I. **As feiras-livres de Pelotas, RS: estudo sobre a dimensão socioeconômica de um sistema local de comercialização**. 2005. 284 f. Tese (Doutorado em Agronomia) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2005.

HEREDIA, B. M. A. **A morada da vida: trabalho familiar de pequenos produtores do nordeste do Brasil.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 161 p, 1979.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Banco de dados agregados (SIDRA)**. 2016. Disponível em: < https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/1431#resultado>. Acesso em: 17 mai. 2021.

MACHADO, A. T.; MACHADO, C, T. de T. **Agricultura Urbana**. Planaltina, DF : Embrapa Cerrados, 25 p. 2002.

MACHADO, R. L. P.; NASCIMENTO NETO, F. Boas Práticas de Transporte e Armazenamento dos Alimentos. In: NASCIMENTO NETO, F. **Recomendações básicas para a aplicação das boas práticas agropecuárias e de fabricação na agricultura familiar**. Brasília, DF: Embrapa Agroindústria de Alimentos-Livro técnico (INFOTECA-E), p. 103 a 116, 2006.

OLIVEIRA. V. V. de. **Análise das situações enfrentadas pelos feirantes para transportar e comercializar seus produtos:** Um estudo de caso na feira do município de Jordânia-MG. 2018. 57 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Processos Gerenciais) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Norte de Minas Gerais, Almenara, 2018.

PAULA, M. M. de; KAMIMURA, Q. P.; SILVA, J. L. G. da. Mercados institucionais na agricultura familiar Dificuldades e desafios. **Revista Política Agrícola**, v. 23, n. 1, p. 33-43, 2014.

PAURA, G. L. **Fundamentos da Logística**. Curitiba: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná, 2012.

PIERRI, M. C. Q. M.; VALENTE, A. L. E. F. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura. In: **53º Congresso de Economia e Sociologia Rural**, Alagoas, 2015.

RIBEIRO, A. E. M. et al. Feira livre: espaço para criação de desenvolvimento rural e geração de renda. In: WILDHAGEN, Cid Dutra (Org.). **Diálogos Sociais – Caminhos para o desenvolvimento territorial: novas abordagens**. Realização SEDVAN/IDENE. Belo Horizonte: Crisálida, p. 97 a 144, 2009.

RIBEIRO, A. E. M. et al. A pesquisa na feira: histórico e técnicas. In: RIBEIRO, E. M. (org.) **As feiras do Jequitinhonha**. Fortaleza, Editora ETENE/BNB, 2007a, p. 83-112.

RIBEIRO, A. E. M. et al. As dimensões das feiras livres. In: RIBEIRO, E. M. (org.) **As feiras do Jequitinhonha**. Fortaleza, Editora ETENE/BNB, 2007b, p. 113-138.

RIBEIRO, A. E. M. et al. Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro. **Agriculturas**, v. 2, n. 2, jun. 2005.

RIBEIRO, A. E. M. et al. A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina, Minas Gerais. **UNIMONTES CIENTÍFICA**, v. 5, n. 1, jan./jun. 2003.

SILVA, A. R. C. **Tipos de transporte** (**Modai**s). Pernambuco: Secretaria de Educação, 2013.

SILVA, M. M.; BAZOLI, T. N. **Operações e Logística**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

UENO, V. A.; NEVES, M. C.; QUEIROGA, J. L. de; RAMOS FILHO, L. O.; OLIVEIRA, L. P. de. **Estratégias de comercialização da agricultura familiar: estudos de caso em assentamentos rurais do estado de São Paulo**. Embrapa Meio Ambiente, 2016. 14 p. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/156785/1/2016AA50.pdf>. Acesso em: 20 de jul. 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução de Cristhian Matheus Herrera. 5ª. ed. São Paulo: Bookman, 2015.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem a todos agricultores, instituições, professores e estudantes que colaboraram com a pesquisa.

***Recebido em:*** *29 de maio de 2021*

***Aceito em:*** *01 de novembro de 2021*